

服务实体经济金融再发力

新华社记者 张千千

金融是国民经济的血脉。岁末年初,新华社记者在一线调研采访中观察到,我国金融业正加快创增量、优结构的步伐,持续推进业务创新,不断发力提升实体经济服务质效,助推经济社会实现高质量发展。

着力推进经济和金融高质量发展

参加展会、汇报当日工作计划、处理老客户续贷、展期等需求,拜访新客户,撰写授信调查报告……“银行人”的一天充实、饱满。

新年伊始,光大银行南京分行对公客户经理晏冰已马不停蹄地拜访了十几家企业,发放贷款近2亿元。晏冰为扬州戴卡轮毂制造有限公司办理投放的1000万元流动资金贷款,成为了南京分行落地的新年首笔“专精特新企业贷”,满足了企业扩产的融资需求。

“去年光大银行选定‘科技金融’作为经营发展三大新赛道之一,并推出了‘专精特新企业贷’‘专精特新巨人贷’等特色产品,优化授信模型、提高审批效率,激励我们强化对科技型企业的服务。”晏冰说。

“去年以来,金融机构对科技创新、基建、民营小微企业、绿色发展等重点领域和薄弱环节的资源配置继续‘加力’,并呈现服务高质量发展的明显特征。”招商首席研究员董希淼说。

去年10月底举行的中央金融工作会议指出,优化资金供给结构,更多金融资源用于促进科技创新、先进制造、绿色发展和中小微企业。

记者观察到,金融机构已积极行动起来,布局相关领域,为经济社会高质量发展提供有力支撑。

东海之滨,六台“华龙一号”百万千瓦级压水堆核电机组将分期落地浙江省宁波市象山南端。去年底,浙江金七门核电项目获得核准。为服务“双碳”目标,优化能源结构,中国工商银行组建行内银团,拟对项目一期工程授信9亿元。

“工行将绿色金融上升至全行战略的高度来统筹推进,前瞻调整投融资布局和结构。”中国工商银行信贷与投资管理部主要负责人李夺表示,工行大力支持清洁能源、绿色交通、节能环保等领域,从考核、授权、定价等方面配套差异化政策,努力让金融活水成为绿色之水、生态之水。

透视发展之变,数据最有说服力:目前工商银行绿色贷款余额已突破5万亿元;建设银行绿色贷款余额超3.6万亿元;光大银行2023年末绿色贷款规模比上年末增加1144.73亿元,增长57.44%……瞄准经济转型和高质量发展趋势,绿色金融正逐渐成为支持实体经济的重要抓手。

做好普惠小微金融服务

两条橡胶混炼生产线的出口一刻不停地挤出成品胶,稍作处理后继续加工成密封垫、接管管、汽车减震垫等配件,广泛应用于家电、汽车等领域……在河北伯特橡胶科技有限公司橡胶密炼中心的热浪中,财务总监闫志华心情很好。“年前订单多,备货量大,多亏衡水银行800

万元贷款来得及时,我们加班加点生产,原料已经备足。”

闫志华介绍,随着订单增多,公司流动资金有些紧张,衡水银行得知后给公司审批了一笔低成本贷款,并快速放款。目前,公司订单额已增长超2000万元。

大部分小微企业和个体工商户存在轻资产运营、缺乏抵押物等特点,时常面临融资难题。

护航普惠金融,离不开政策支持。中央金融工作会议提出做好包括普惠金融在内的五篇大文章;国务院印发《关于推进普惠金融高质量发展的实施意见》;普惠小微贷款的认定标准由现行单户授信不超过1000万元放宽到不超过2000万元;继续实施普惠小微贷款支持工具;1月25日开始下调支农支小再贷款、再贴现利率0.25个百分点……

服务普惠小微,更离不开金融机构主动作为。“小微企业有三大特点,一是企业面广量大,二是用款短小频急,三是企业特质不同,差异化、个性化金融需求比较突出,金融机构运用科技手段就显得尤为重要。”江苏银行副行长罗锋说。

记者调研发现,当前不少银行运用大数据、云计算、人工智能等技术手段,持续提升客户精准画像能力,优化风控体系,助力小微企业和个体工商户从抵押贷款到信用贷款的转变,纾解融资难题。

“1月份苹果迎来了一波销量高峰,特别是一些高品质果品供不应求。”山东省临沂市蒙阴县种植户牛庆花说。

依靠牛庆花开设淘宝店销售农产品的销售、物流等一手经营数据,网商银行的大数据风控系统为她给出信用画像,并提供了20万元免息贷款,用于采摘旺季收、储、运、售各环节的资金支出。“获得贷款以后,我同时有了良好的征信记录,好几家农商行主动联系我提供资金支持。”牛庆花说。

截至2023年末,我国普惠小微贷款余额同比增长23.5%。中国银行研究院副院长周景彤认为,下一步,金融机构应进一步加大对小微企业和个体工商户首贷、续贷、信用贷、中长期贷款的投放,同时加快科技赋能,推动数字普惠金融发展再上新台阶。

竞速金融服务新赛道

“机器满负荷,工人三班倒,生产旺季电费开支翻了5倍。如果电费能融资支付,我们就有更多的资金来采购原料。”广东汇发塑业科技有限公司董事长王洪琼说。

与轻资产企业相比,制造业企业电费开销占生产成本比重较高,“电费焦虑”常年存在。浙商银行采用企业历史用电数据核定授信额度,按日计息,创新信贷产品,满足企业电费支付需求。广东汇发塑业科技有限公司获批信贷298万元后,流动资金压力大幅缓解。

“节水贷”“耗牛贷”“拉面贷”……随着经济社会不断发展,金融机构持续创新产品和服务,竞逐新赛道,以适应多元化融资需求。与此同时,金融机构也在积极探索知识产权质押融资,丰富

融资模式。

研发中心实验室里,油气井固井、酸化、压裂试验有序开展。“购置固井剂等材料产生了大量资金需求,但公司缺少传统抵押物,融资问题制约了公司进一步做大做强。”山东欧博特石油工程技术有限公司董事长肖志军感触颇深。

拥有大量油气井方面专利是该企业的优势所在。东营农商银行利用企业一项发明专利和两项实用新型专利,为其办理了490万元的专利权质押贷款,解了企业的燃眉之急。

国家金融监督管理总局日前发布的《关于加强科技型企业全生命周期金融服务的通知》提出,拓宽抵押担保范围,加快发展知识产权质押融资,探索基于技术交易合同的融资服务模式。

政策支持之外,各地也积极开展相关探索——

放眼全国,浙江宁波开展专利质押线上办理及全流程无纸化试点;海南海口发文,由中央、市级两级财政共同出资3000万元,对知识产权质押融资进行风险补偿;天津滨海新区利用知识产权质押融资风险补偿资金推进知识产权质押融资业务,开展知识产权反担保业务……金融创新越来越有保障。

“2024年我们将着力建设规范、透明、开放、有活力、有韧性的金融市场,进一步优化融资结构,市场体系、产品体系,为实体经济发展提供高质量、更有效率的融资服务。”中国人民银行行长潘功胜说。

(新华社北京1月27日电)

滨,“我姓瑞”“我姓哈”的互动传为佳话。王洪新回应,两地有相似的纬度和冰雪资源,希望未来能有更多合作。

1996年,亚冬会让亚洲乃至世界认识了哈尔滨和亚布力;今冬,冰雪热让“尔滨”火到了国外;2025年,亚冬会将回到哈尔滨,“冰城”有望借机进一步提升国际影响力,从“网红”变“国际红”。

哈尔滨市体育局有关人士介绍,今年一系列冰雪赛事活动已经举办,许多群众赛事还吸引了南方游客参与,未来尤其是临近亚冬会的下个冬季,哈尔滨将举办更多冰雪活动,借亚冬会契机大力宣传城市,擦亮哈尔滨的“冰雪名片”,助力体旅融合。

“以筹办2025年亚冬会为契机,哈尔滨将推动建设一批冰雪运动设施,鼓励社会力量兴办冰雪运动场所,彰显‘奥运冠军之城’的特色与风采。”哈尔滨市体育局副局长董兴旺说。

王洪新表示,哈尔滨目前拥有超20室内滑雪场、十座冰上运动气膜馆,是丰富旅游产品、实现文旅融合发展的有力支撑,“而亚冬会无疑将进一步提升城市能级,加速城市国际化进程”。

随着“尔滨”热,“不是欧洲去不起,而是哈尔滨更有性价比”成为流行语。张庆认为,从成都大运会、杭州亚运会可以看到,以赛营城、赛事经济大有可为,且“长尾效应”明显。哈尔滨应尽早针对亚冬会进行策划和造势,让世界各地客人充分领略到“冰城”魅力和性价比优势,为哈尔滨进一步开拓冰雪旅游国际市场,寻觅冰雪产业跨国合作机遇。

此外,专家表示,诚实守信是旅游市场的“必杀技”,从哈尔滨真心换真心的例子可看出,未来将进一步规范旅游市场、提供多样化旅游产品,巩固今冬的好口碑是关键。同时,各地应有序引导旅游流量到相邻地区,产生辐射效应,促进全域受益。

(执笔记者:王君宝 李丽 参与记者:周畅 乐文婉)

2024年,文旅市场以持续“沸腾”的方式开场。从“尔滨”到“山河四省”,从网友自发“监工”到文旅部门在线“听劝”,各地文旅局“花式揽客”、奇招频出,希望用“泼天的流量”接住“泼天的富贵”。

各地文旅为何这么拼?真正的“流量密码”究竟是什么?更值得思考的是,流量“退潮”后,可持续出圈的路径是否更为清晰?

各地文旅“花式揽客”

“冻梨摆盘”“人造月亮”“飞马踏冰”……这个冰雪季,哈尔滨对游客的“宠爱”令其成为“顶流”旅游目的地。

今年元旦假期,让人陌生的“尔滨”创纪录实现旅游收入近60亿元。携程公司近日发布的2024春节旅游市场预测报告显示,春节期间哈尔滨旅游预订订单同比增长超14倍。

“泼天的富贵”一下让各地文旅部门“坐不住了”,纷纷开始“抄作业”,效仿哈尔滨向全国游客抛出橄榄枝。

先是“喊麦”。多地文旅局长跑到哈尔滨中央大街,带上土特产录制视频邀约全国游客,有的甚至扮成“白鹿仙子”给游客发冻梨汁,“不论是北方的游客还是自家的孩子都要宠”。

山东、河南、甘肃、江苏等地也纷纷创作“我姓……”的“喊麦”文旅宣传曲,用魔性音乐和洗脑歌词“刷屏”短视频平台。

再是“听劝”。网友留言“想在洛阳看飞鱼服帅哥”,洛阳文旅部门迅速组织专业表演团队在火车站和地铁站与行人互动。

河南文旅部门开展“题海战术”,一天发数十条短视频,吸引近百万新粉丝,不少网友自发“监工”。“听劝”的山西文旅、河北文旅也“疯狂输出”,河北文旅创下日更视频纪录。

接着,多地文旅部门纷纷邀请各路流量明星“助力家乡上分”,引发新一轮关注热度。此外,北京圆明园派出“安陵容”冰嬉、河北太行五指山开设可投喂“孙悟空”、辽宁抚顺展示超长雪道游龙……

各地文旅“实力宠粉”是否提升了旅游热度?

携程数据显示,多个城市旅游产品搜索量攀升,春运期间国内航线搜索指数同比增长超170%。河南等多地景区也趁势官宣免票、优惠等活动,进一步刺激旅游消费。

这波热潮不仅令旅游市场更为活跃,也调动了更多人的参与热情。互联网上,从新媒体运营到公共服务,从挖掘特色文化到提升消费

「流量」如何变「留量」? 透视文旅持续「沸腾」:

新华社记者 何磊

体验,网友纷纷为各地文旅发展支招,探索如何接稳“泼天的富贵”。

重塑哪些市场共识?

从文旅局长到文旅部门,各地文旅纷纷破圈突围,既能看出各地在塑造文旅品牌中营销手段的新变化,也反映出目前旅游消费市场的新趋势。

春节假期即将到来,消费者出游热情攀升,旅游宣传推广也迎来窗口期。

携程研究院战略研究中心高级研究员沈佳旋指出,目前国内旅游市场正加速恢复,如何吸引游客并将本土特色传递出去尤为重要。既熟悉文旅资源又想抓住机遇发展产业的文旅部门一马当先,想方设法推介本土文旅特色。

中国旅游研究院副研究员韩元军认为,近年来“氛围式”消费悄然增加,不少人因为一场演唱会、一次赛事、一个展览,就可能来一段说走就走的旅行。

在多位传播领域专家看来,新媒体平台给文旅部门提供了直接对话游客的机会,游客也提出个性化需求,双向交流、有求必应的互动形式让游客感受到“尊重”甚至“被宠爱”,无形中激发“前往一游”的兴致。

文旅领域专家表示,年轻人已成文旅消费生力军,移动端大量宣传可以有效提升文旅产品曝光度。相比传统单向输出的营销方式,线上宣传具有低成本、大众化的特点,网友互动的不确定性可能带来高流量的回报。

韩元军认为,文旅发展对提振地方综合效益作用良多。

旅游形象是城市形象的重要体现,各地文旅部门卖力吆喝,除了展示本土旅游

资源,也能积极促进产业投资。如河南柘城县“钻石之都”、黑龙江有蔓越莓、四川盛产鱼子酱等,都在一波波出圈中刷新了很多人的认知。

此外,各地文旅“同台竞技”也在不断重塑市场共识:旅游的本质是对未知的探索、对生活的热爱、对自然和人文的乡愁;卖力运营或许是“始于颜值”,但更要“敬于才华”,靠真心和实力圈粉,为游客提供真实深刻、文化植根于身心的体验。

让“网红”变“长红” 服务永远是王道

文旅产业是当下恢复和扩大消费的重要抓手,对促进经济复苏、提振发展信心作用显著。

此前中央经济工作会议提出,要积极培育文娱旅游等新的消费增长点。各地文旅纷纷发力能否持续刺激旅游市场尚不可知,但连续“文旅热”无疑为2024年的消费增长开了一个好头。

然而,随着各地都想“分一杯羹”,线上跟风模仿又未能凸显本土特色的内容也层出不穷,同质化严重,易引发审美疲劳。业内人士认为,也基于地方特色、文化底蕴打造的差异化产品才能形成竞争壁垒。一些网友更是直言:“没有宰客、提高服务,才是王道!”

业内人士表示,各地“花式揽客”为文旅产业链发展带来新的市场机遇,旅游行业企业应主动与文旅部门、景区、酒店等合作,共同开发具有地方特色的旅游产品,实现互利共赢。各旅游目的地应从细节上提升食、住、行、游、购等服务,在文旅产品与游客、网友的互动中迭代升级,促进社会资本和商户服务加大投入,形成良性循环。

“文旅部门不能因本地短期走红沾沾自喜,更重要的是要做好后端‘品控’工作。”江苏省文化艺术研究院助理研究员宋长善说。如果“弯道超车”变“翻车”,舆论风暴反而会影响长期打造的旅游形象。

专家表示,对于普通城市来说,想提升城市品牌,赢得人才和投资青睐,还需思考如何从“网红”到“长红”、让“流量”变“留量”。

宋长善建议,应在完善旅游公共服务体系基础上,结合自身资源禀赋,以高品质、多样化、个性化的“硬核”文旅产品。“线下的旅游体验取决于整个旅游产业链是否完善,管理是否到位,这并非仅靠拍短视频宣传片就能做到。”

(新华社南京1月28日电)

“尔滨”不是一夜爆红 它那么努力

新华社哈尔滨1月25日电 雪花照常飘落,却带着不同的温度。随着最新一波寒流带来的降雪,今冬从哈尔滨开始的冰雪热潮势头不减,持续升温。

“尔滨”火了,火到连姓氏都不需要了。寒假开始后,记者亲历,连北京到哈尔滨的高铁票都紧俏了——挤满了在北京中转去哈尔滨的南方游客。为什么是哈尔滨?为什么火在今冬?它能一直火吗?业内人士认为,“尔滨”并非一夜爆红,而是冰雪底蕴厚积薄发;未来可利用2025年亚冬会契机,进一步做好冰雪文章,打响国际知名度,变“网红”为“国际红”。

老照片:冰雪底蕴近百年

2023年2月,来自全国各地的冰雪专家围绕一张照片展开了热烈讨论。照片里一位脚蹬雪板的滑雪者站在坡陡开闢的雪场上,身后是滑雪场服务用房,照片拍摄时间为1930年,地点在哈尔滨。

这张照片向人们讲述着百年前哈尔滨的滑雪盛景,也展示着这座东北重镇悠久的冰雪底蕴。

有关资料记载,中国近代滑雪运动开始于20世纪初,彼时位于哈尔滨的中东铁路沿线修建了多个滑雪场,滑雪成为生活在那里的人们冬季重要的娱乐活动。

不仅是滑雪,20世纪初,哈尔滨城区内便修建了滑冰场。1953年,哈尔滨举办了首届全国冰上运动会,而从1959年起,它更是举办了十三届全国冬季运动会中的五届,是举办全国冬运会最多的城市。

这些大型综合性运动会夯实了哈尔滨和黑龙江省的冰雪运动基础设施,特别是1996年亚洲冬季运动会、2009年世界大学生冬季运动会的举办,让亚布力等滑雪胜地声名鹊起,也吸引越来越多的人来哈尔滨体验冰雪运动。

20世纪60年代,哈尔滨兆麟公园内开始举行冰灯游园会,很快成为哈尔滨市民冬季的主要游玩去处,即便当时冰灯的光源仅是普通灯泡。此后,哈尔滨冰灯成为冬季不可或缺的元素,一批批冰雕雪塑艺术工作者也如雨后春笋般涌现。

1999年,第一届哈尔滨冰雪大世界在松花江上拔地而起。从那以后,冰雪运动、冰雪艺术连同异域风情的建筑和美食将哈尔滨送上每年冬季旅游热门目的地行列,直至今日。

谈到为何去哈尔滨,湖北游客黄芳说:“南方人见雪少,特别想感受冰雪天地的气氛。而一谈起冰雪,似乎第一个想到的城市就是哈尔滨了。”

安徽省阜阳市太和县的金贝嘉幼儿园老师宋子怡近期刚和同事们带着16个幼儿园小朋友去过哈尔滨。她的解释是:“我小时候哈尔滨就很有名啊,哈尔滨就是北国风光的代表,想带小朋友去看看。”

“哈尔滨的冰雪是有历史积淀的,是一代代的传承和积累,才有今天哈尔滨厚重的冰雪旅游资源,所以我觉得今年的火爆不是偶然。”原哈尔滨冰灯艺术博览中心开发部部长谭景欣说。

冰雪之外,拜占庭风格的圣·索菲亚大教堂、号称“亚洲第一街”的中央大街、量大不贵的东北菜……这是历史留给哈尔滨的底气。

新气象:今冬因何大爆发 “其实我们已经做了一年的准备。”黑龙江省文化和旅游局局长何晶说,2023年他们不仅开展夏冬两季的旅游“百日行动”,注重从游客角度思考问题,还策划了很多高流量的IP,并与文旅博主合作。

去年11月几场大雪后,2023—2024年哈尔滨冰雪季在亚布力滑雪旅游度假区启幕。开幕式上,哈尔滨市文

化广电和旅游局局长王洪新表示,哈尔滨要大力发展特色文化旅游,把发展冰雪经济作为新增长点。为此,亚布力着力提升软硬件,精心打造滑雪、温泉、雪地熊猫等核心产品,同时开发雪国列车、东北民俗活动等。

伴雪而来的还有网上炫酷的旅游宣传片。“我姓哈,嗷啊哈,五湖四海谁都知道。”“哈利波特的哈,是哈尔滨的哈。”官方账号联动知名博主和普通网友,用创意为哈尔滨冬季旅游赋能。

12月18日,冰雪大世界开园首日,因游客数量激增,大滑梯、摩天轮等热门项目排起长龙,不少游客因体验差高呼“退票”。面对突如其来的情况,有关部门及时退票、真诚道歉,免预约排队、延长营业时间,一系列操作获得认可。

变危为机后,随着不断更新的南方“小土豆”等网络段子,“尔滨”口碑不断攀升,也增强了有关部门的信心,激发了市民争做主人翁的意识。市民争相提供免费接送车、机场增设更衣室、公交车蹦迪、地铁免费摆渡票和免费接驳大巴……“尔滨”不断整活,服务不断升级。

何晶说,积极服务于游客需求。大教堂上空的人造月亮,切开摆盘的冻梨,都是主打一个“听劝”。王洪新说:“一堵墙不过夜,我们紧盯游客评论和需求,出现问题就马上解决问题。”

获得2025年亚冬会举办权,给了哈尔滨更多“体育+”的灵感。本届冰雪大世界就以“龙腾冰雪 逐梦亚冬”为主题,园区内建有滑雪、滑冰、冰壶、冰球等多个运动项目的雪雕,500米大滑梯之外,还有滑雪场、滑冰场供游客体验风驰电掣的冰雪运动之乐。

在冰封的松花江面上,“大众速滑赛”“趣味运动会”等为亚冬会预热的赏冰乐雪系列活动,冰壶、冰球、冰盘、雪地足球等娱乐项目让游客

直呼过瘾。“没想到冰冻的江面上还能开车。”体验完雪地漂移后,广东游客艾刚峒又和素不相识的游人进行了雪地拔河比赛。

黑龙江省冰雪产业研究院院长张贵海认为,今冬冰雪热首先是因为2022年北京冬奥会在全国范围内大规模普及了冰雪文化,“三亿人参与冰雪运动”推动了体旅融合,加快了冰雪旅游的进程;其次,三年疫情让人们更加注重身心健康,“走出去”成为过去一年大家不约而同的选择;而城市服务升级和政府部门的亲民做法也是巨大的加分项。

体育咨询机构关键之道创始人张庆认为,相关部门能针对游客意见,及时快速在供给侧做出调整特别重要,“把服务落到实处、实处”。在社交媒体助推下,游客和当地政府之间、游客和本地居民之间的良好互动演变为场互联网上的社交狂欢,进而吸引了更多流量和更多游客。

亚冬会:或助“网红”变“国际红” “网红”常有,热度易散,如何变身“长红”,防止“退烧”?业内人士认为,明年亚冬会和“体育+”或可成为抓手。

如今许多游客结束在哈尔滨城区的游玩后,往往下一站就赶赴亚布力。福建游客翟敏元旦期间就是如此,她在亚布力首次体验了滑雪,滑完还泡了个温泉。“早就听说这里的雪道好,到这一看,这雪道都修到天上去了,太壮观了。”

这座因1996年亚冬会而声名远扬的老牌滑雪胜地,是黑龙江冰雪旅游产业高质量发展的重要支点,今冬以来至1月15日已累计接待游客近50万人次,仅元旦期间的总收入就达1794万元,同比2019年增长140%。

近日,滑雪胜地瑞士的国家旅游局局长喊话哈尔